

PLAN OPERATIVO

Innovación en Marketing Agroalimentario 2009

NOMBRE INICIATIVA:	Posicionar en el mercado nacional, la Jalea de Vino Chileno ALMA SOL, a través de un Plan de Marketing y diseños exclusivos que permitan dar a conocer el producto y sus utilidades.
EJECUTOR:	COMERCIALIZADORA Y EXPORTADORA DE ALIMENTOS ALMA SOL LTDA.
CODIGO:	IMA - 2009 - 0415
FECHA:	20 julio 2009

Por FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN
AGRARIA

Por EJECUTOR (Coordinador Principal)

CODIGO (Uso interno)	
----------------------	--

I. ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA

1. LINEA(S) DE FINANCIAMIENTO:

PLAN DE MARKETING	X	SONDEO DE MERCADO	X	DISEÑOS	X
-------------------	---	-------------------	---	---------	---

2. NOMBRE DE LA PROPUESTA:

Posicionar en el mercado nacional, e iniciar propuestas de penetración el mercado externo de nuestro producto “Jalea de Vino Chileno ALMA SOL”, a través de un Plan de Marketing y diseños exclusivos que permitan dar a conocer el producto y sus utilidades.

3. SECTOR:

Agroalimentario

4. PRODUCTO(S):

JALEA DE VINO CHILENO.

5. UBICACIÓN GEOGRAFICA:

REGION	LOCALIDAD
Región Metropolitana	Santiago

6. PERIODO DE EJECUCION:

FECHA DE INICIO	15 Agosto 2009
FECHA DE TÉRMINO	15 Noviembre 2009
DURACIÓN (Máximo 6 meses)	3 meses

7. RESUMEN DE COSTOS Y APORTES:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

8. IDENTIFICACION DE LAS EMPRESAS POSTULANTES (Completar Anexos I y II)

NOMBRE EMPRESA	GIRO / ACTIVIDAD	RUT EMPRESA	REPRESENTANTE LEGAL	FIRMA
COMERCIALIZADORA Y EXPORTADORA DE ALIMENTOS ALMA SOL LTDA.	Elaboradora, comercializadora y exportadora de alimentos		DEYANIRA E. REGLAS VILLAGRA	

9. IDENTIFICACION DE LA EMPRESA POSTULANTE RESPONSABLE (En el caso de postulaciones de más de una empresa, identifique la responsable):

NOMBRE EMPRESA	COMERCIALIZADORA Y EXPORTADORA DE ALIMENTOS ALMA SOL LTDA.
----------------	--

10. IDENTIFICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA POSTULANTE RESPONSABLE

NOMBRE	DEYANIRA E. REGLAS VILLAGRA
RUT	
TELEFONO	
E-MAIL	
FIRMA	

11. IDENTIFICACION DEL COORDINADOR DE LA INICIATIVA (Completar Anexo III)

NOMBRE	DEYANIRA E. REGLAS VILLAGRA
RUT	
TELEFONO	
E-MAIL	
FIRMA	

12. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

General:
Posicionar la Jalea de Vino Chileno ALMA SOL en el mercado nacional, e iniciar propuestas de penetración el mercado externo.
Específicos: (Máximo 3)
1. Desarrollar procedimientos adecuados de marketing que permitan a COMERCIALIZADORA Y EXPORTADORA DE ALIMENTOS ALMA SOL LTDA, posicionar la jalea de Vino Chileno ALMA SOL y sus derivados en el mercado nacional como extranjero. 2. Realizar un Sondeo para identificar las oportunidades del mercado nacional y mercado externo para la jalea de Vino Chileno ALMA SOL, con el propósito que la COMERCIALIZADORA Y EXPORTADORA DE ALIMENTOS ALMA SOL LTDA, reorienten su negocio y mejoren sus relaciones comerciales. 3. Diseñar packaging exclusivos, que permitan reflejar y transmitir al consumidor, que la Jalea de Vino ALMA SOL y sus derivados son un producto Premium.

II. PARA CADA LINEA DE FINANCIAMIENTO

II.1 PLAN DE MARKETING

1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

FECHA DE INICIO	15 de Agosto de 2009
FECHA DE TÉRMINO	30 de Septiembre de 2009
DURACIÓN	45 días continuos.

3. OBJETIVOS:

General:
Desarrollar procedimientos adecuados de marketing y planificación comercial, que permitan a COMERCIALIZADORA Y EXPORTADORA DE ALIMENTOS ALMA SOL LTDA, posicionar la jalea de Vino Chileno ALMA SOL y sus derivados en el mercado nacional como algunos mercados en el extranjero.
Específicos: (Máximo 3)
1. Estudio de Mercado Cualitativo y cuantitativo que permita conocer el potencial de ventas del producto e innovaciones en clientes actuales y potenciales en la ciudad de Santiago y principales ciudades regionales con orientación al mercado gourmet 2. Desarrollar un plan de actividades promocionales, publicitarias y comerciales con búsqueda de contactos que permitan incorporar el producto en puntos de venta y aumentar su conocimiento a nivel de público consumidor. 3. Establecer procedimientos que permitan aumentar la distribución (nuevos clientes) y presencia (actuales clientes) a nivel nacional de Almasol y desarrollar contactos en al menos 3 mercados internacionales para la exportación del producto.

4. METODOLOGÍA (Detalle el proyecto de Plan de Marketing a desarrollar)

El plan será desarrollado en 3 etapas:

1.- Diagnostico y Evaluación:

- a.) Estudio base de mercado en 30 puntos de venta que tengan el producto y o que puedan ser clientes potenciales, para conocer la evaluación sobre Almasol
- b.) Evaluación de la trayectoria económica de ventas, crecimientos proyectados vs reales y capacidad de crecimiento en Chile y exterior
- c.) Análisis de diseño y materiales gráficos
- d.) Evaluación de pagina web en vías al objetivo de crecimiento en ventas y desarrollo de la distribución de productos

2.- Desarrollo y Cambios:

- a.) Delimitación del Portfolio de productos, tamaños, diseños y nuevos productos
- b.) Plan de participación en ferias Gourmet y similares.
- c.) Plan de difusión y Marketing base, contactos para Press release.
- d.) Modificación de pagina web hacia ventas nacional e internacional.
- e.) Creación de un servicio de atención comercial al cliente público e intermedio.

3.- Aplicación de Propuestas y Evaluación Resultados:

- a.) Evaluación de crecimiento en ventas a partir del 2do.mes.
- b.) Evaluación de crecimiento en distribución, calidad del cliente a partir del 2do.mes.
- c.) Desarrollar métodos post Implementación de promociones asociadas al producto-marca.
- d.) Evaluación de crecimiento internacional

5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
1	Documento escrito que detalla las acciones necesarias para alcanzar un objetivo específico de mercadeo.		Objetivos específicos a, b y c

6. ESTRUCTURA DE COSTOS (Adjuntar en archivo Excel, de acuerdo al detalle de la estructura de costos FIA)

ITEM (a)	FIA		EMPRESA(S)		TOTAL	
	\$	%	\$	%	\$	%
RRHH						
EQUIPAMIENTO						
INFRAESTRUCTURA						
VIATICOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS(*1)						
SERVICIOS DE TERCEROS(*2)						
CAPACITACION						

DIFUSION (*3)						
GASTOS GENERALES						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
IMPREVISTOS						
TOTAL						

(a) Los ítems Equipamiento, Infraestructura, Capacitación, Difusión y Gastos de Administración no son financiados por FIA.

(*1): Por interpretación el monto original fue dispuesto en la línea de sondeo de M°.

(*2): Por interpretación el monto original fue distribuido parcialmente en la línea de sondeo de M°.

(*3): Por interpretación el monto original fue dispuesto en la línea de sondeo de M°

7. EQUIPO PROFESIONAL

Nombre	Tipo (1)	Función o tarea a desarrollar
Deyanira Elvira Reglas Villagra Técnico Universitario en Turismo.	Coordinador	▪ Analizar y aprobar el Plan de Marketing formulado por los profesionales.
Miguel Ángel Vargas Administrador Público, ingeniero comercial, diplomado en marketing estratégico	Consultor externo	Desarrollar plan de marketing, y estudio de mercado y comerciales
Marcos Gutiérrez Campos Contador Auditor. Diplomado en Gestión de Finanzas.	Administrativo	▪ Realizar una supervisión mensual del proyecto IMA, basados en la carta Gantt y la estructura de costos y aportes. Llevando un estricto control de los gastos, respaldado con facturas de compra, boleta de compra y/o boleta honorario según corresponda. ▪ Elabora los informes de avances e informe final del proyecto. ▪ Realizar la rendición en línea de los gastos que corresponden a la ejecución de la propuesta. ▪ Elaborar los informes de avances e informe final del proyecto.
Andrea Pedrero Muñoz Ingeniero Ejecución en Alimentos	Consultor externo	▪ Supervisar la elaboración del plan de marketing para ALMASOL Ltda.

(1) Utilizar las siguientes categorías:

- Coordinador
- Asesor o consultor externo
- Técnico de apoyo
- Administrativo
- Empresa de servicios (como ejemplos: publicista, diseñador gráfico)

Completar en Anexo IV las fichas del equipo técnico y el Anexo V los Currículum Vitae y cotizaciones en el caso de contratar un Servicio de Terceros.

8. CARTA GANTT

CARTA GANTT PROPUESTA PLAN DE MARKETING

Semanas

Instrumento	Actividad	2	3	4	6	
Market Research Cualitativo	Realización de cuestionario y estudio de mercado a nivel de clientes.	X				
Elaboración de plan distribución	Desarrollo de catastro nuevos clientes, plan inversión y rentabilidad		X	X		
Plan de difusión comercial y Prensa	En base a puntos fuertes del producto, se comunicaran los nuevos diseños y variedades de productos al mercado.				X	
Creación de un plan de logística y atención al consumidor	Búsqueda de un distribuidor logístico directo, elaboración de sistema tomas de pedido y comercialización.			X	X	
Programa de alianza estratégica comercial internacional	Evaluación de distribuidores en mercados externos y plan de introducción de productos				X	

II. 2 SONDEO DE MERCADO

1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

FECHA DE INICIO	01 de Octubre 2009
FECHA DE TÉRMINO	30 de Octubre 2009
DURACIÓN	30 días sondeo

3. OBJETIVOS

General:
Realizar un Sondeo para identificar las oportunidades del mercado nacional y mercado externo para la jalea de Vino Chileno ALMA SOL, con el propósito que la COMERCIALIZADORA Y EXPORTADORA DE ALIMENTOS ALMA SOL LTDA, reorienten su negocio y mejoren sus relaciones comerciales.
Específicos: (Máximo 3)
a) Desarrollar evaluaciones del producto y diseños en 2 rondas de consumidores b) Desarrollar evaluaciones de nuevos productos e imagen y envases c) Obtener la información adecuada y suficiente para identificar y definir las oportunidades y dificultades que se puedan presentar en el mercado en estudio para potenciar las de mejores oportunidades de negocio

4. METODOLOGÍA

1.) Paneles con consumidores , 2.) panel de estudios cualitativos con usuarias de productos Gourmet en evaluación directa al consumidor. 3.) Análisis comparativo de diseños vs competidores principales.

5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
	Sondeo de mercado que permita determinar la factibilidad de poder acceder a canales de distribución no habituales		Objetivos específicos a, b y c.

6. ESTRUCTURA DE COSTOS (Adjuntar en archivo Excel, de acuerdo al detalle de la estructura de costos FIA)

ITEM (a)	FIA		EMPRESA(S)		TOTAL	
	\$	%	\$	%	\$	%
RRHH						
EQUIPAMIENTO						
INFRAESTRUCTURA						
VIATICOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
CAPACITACION						
DIFUSION						
GASTOS GENERALES						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
IMPREVISTOS						
TOTAL						

(a) Los ítems Equipamiento, Infraestructura, Capacitación, Difusión y Gastos de Administración no son financiados por FIA.

7. EQUIPO PROFESIONAL

Nombre	Tipo (1)	Función o tarea a desarrollar
Deyanira Elvira Reglas Villagra Técnico Universitario en Turismo.	Coordinador	Apoyar al profesional en el sondeo de mercado.
Miguel Ángel Vargas . Administrador público, ingeniero comercial, diplomado en marketing estratégico	Consultor externo	Realizar el sondeo de mercado.
Marcos Gutiérrez Campos Contador Auditor. Diplomado en Gestión de Finanzas.	Administrativo	- Realizar una supervisión mensual del proyecto IMA, basados en la carta Gantt y la estructura de costos y aportes. Llevando un estricto control de los gastos, respaldado con facturas de compra, boleta de compra y/o boleta honorario según corresponda. - Elaborar los informes de avances e informe final del proyecto. - Realizar la rendición en línea de los

		gastos que corresponden a la ejecución de la propuesta. ▪Elaborar los informes de avances e informe final del proyecto.
--	--	--

(1) Utilizar las siguientes categorías:

- a. Coordinador
- b. Asesor o consultor externo
- c. Técnico de apoyo
- d. Administrativo
- e. Empresa de servicios (como ejemplos: publicista, diseñador gráfico)

Completar en Anexo IV las fichas del equipo técnico y el Anexo V los Currículum Vitae y cotizaciones en el caso de contratar Servicio de Terceros.

8. CARTA GANTT

CARTA GANTT GENERAL DE LA PROPUESTA

Instrumento	Actividad	semanas					
		1	2	3	4		
Sondeo de mercado	1.)Paneles con consumidores	X	X				
Sondeo de mercado	2.) panel de estudios cualitativos con usuarias de productos Gourmet en evaluación directa al consumidor			X	X		
Sondeo de mercado	3.) Análisis comparativo de diseños vs competidores principales				X		

II.3 DISEÑOS

1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

FECHA DE INICIO	01 de Octubre de 2009
FECHA DE TÉRMINO	15 de Noviembre de 2009
DURACIÓN	45 días continuos.

3. OBJETIVOS

General:
Diseñar matrices de envases, etiquetado y packaging exclusivos, que permitan reflejar y transmitir al consumidor, que la Jalea de Vino ALMA SOL, y sus derivados son un producto Premium.
Específicos: (Máximo 3)
1. Diseñar MATRIZ envase 2. Diseñar etiquetas para un nuevo formato de frasco hotelero o muestra de degustación además de la línea nueva ALMA SOL FUSION y sus respectivos packaging para pack 1*3 con textos en 2 idiomas (preferentemente español/inglés) 3. Desarrollar FOLLETERIA o material impresos para divulgación en ferias nacionales y en el exterior y ventas en puntos de distribución en 2 idiomas (preferentemente en español/inglés) y otros materiales de divulgación , pendones, exhibidores, bolsas, e- mailing. Incluye para ello el servicio de un set de fotografías profesionales de los productos

4. METODOLOGÍA

1. Reunión con socios-ejecutivos y consultor de plan de marketing para recoger las apreciaciones que deben ser plasmadas en la matricería, diseño de etiquetas, folletería y otros materiales de divulgación 2. 1era etapa: delinear matricería de envase 3. 2da etapa :Proponer formatos y textura de material de etiquetado 4. 3era. Etapa: Proponer matricería de packaging de envases pequeños y línea ALMA SOL FUSION
--

5. 4ta. Etapa: Proponer matriz de folletos bilingües
6. 5ta. Etapa : proponer matrices de otros materiales de divulgación y marketing, bolsas, recetarios, e-mailing, pendones

5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
1	Diseño		Objetivos específicos 1,2, y 3

6. ESTRUCTURA DE COSTOS Adjuntar en archivo Excel, de acuerdo al detalle de la estructura de costos FIA)

ITEM (a)	FIA		EMPRESA(S)		TOTAL	
	\$	%	\$	%	\$	%
RRHH						
EQUIPAMIENTO						
INFRAESTRUCTURA						
VIATICOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS (*1)						
SERVICIOS DE TERCEROS						
CAPACITACION						
DIFUSION						
GASTOS GENERALES						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
IMPREVISTOS						
TOTAL						

(a) Los ítems Equipamiento, Infraestructura, Capacitación, Difusión y Gastos de Administración no son financiados por FIA.

(*1): Incluye preferentemente servicios de fotografías para matriz de folletería, incluido en presupuesto de Diseño

7. EQUIPO PROFESIONAL

Nombre	Tipo (1)	Función o tarea a desarrollar
Deyanira Elvira Reglas Villagra Técnico Universitario en Turismo.	Coordinador	▪ Analizar y aprobar el Plan de Marketing formulado por los profesionales.
Edgar Brandau B.	Empresa de servicios	▪ Diseño de matrices de etiquetas

Diseñador Integral, Pontificia Universidad Católica de Chile.		envases complementarios, material de packaging, cajas , bolsas, exhibidores, e- mailing
Marcos Gutiérrez Campos Contador Auditor. Diplomado en Gestión de Finanzas.	Administrativo	▪ Realizar una supervisión mensual del proyecto IMA, basados en la carta Gantt y la estructura de costos y aportes. Llevando un estricto control de los gastos, respaldado con facturas de compra, boleta de compra y/o boleta honorario según corresponda. ▪ Elabora los informes de avances e informe final del proyecto. ▪ Realizar la rendición en línea de los gastos que corresponden a la ejecución de la propuesta. ▪ Elaborar los informes de avances e informe final del proyecto.

(1) Utilizar las siguientes categorías:

- a. Coordinador
- b. Asesor o consultor externo
- c. Técnico de apoyo
- d. Administrativo
- e. Empresa de servicios (como ejemplos: publicista, diseñador gráfico)

Completar en Anexo IV las fichas del equipo técnico y el Anexo V los Currículum Vitae y cotizaciones en el caso de contratar Servicio de Terceros.

8. CARTA GANTT

CARTA GANTT GENERAL DE LA PROPUESTA

Instrumento	Actividad	semanas					
		1	2	3	4	5	6
DISEÑOS	Diseño de matricería para producción de frasco estandar (160cc)						
DISEÑOS	Diseño de elementos de packaging colaterales (etiquetas, cajas, bolsas)						
DISEÑOS	Diseño de material promocional y de divulgación (folletería, pendones, avisos publicitarios).						

ANEXOS

ANEXO I: FICHA DE DATOS DE LA(S) EMPRESA(S) POSTULANTE(S)

Ficha Empresa(s) Postulante(s)

NOTA. Si participan varias empresas, cada una deberá llenar su ficha de datos.

Nombre de la organización, institución o empresa	COMERCIALIZADORA Y EXPORTADORA DE ALIMENTOS ALMA SOL LTDA		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública		Privada X
Dirección			
País	CHILE		
Región	METROPOLITANA		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Email			
Web	WWW.ALMA-SOL.COM		
Tipo entidad (A)	EMPRESA PRODUCTIVAS Y/O DE PROCESAMIENTO		

(A) Ver notas al final de este anexo

(A) Tipo de entidad

Universidades Nacionales
Universidades Extranjeras
Instituciones o entidades Privadas
Instituciones o entidades Públicas
Instituciones o entidades Extranjeras
Institutos de investigación
Organización o Asociación de Productores pequeños
Organización o Asociación de Productores mediano-grande
Empresas productivas y/o de procesamiento
Sin clasificar

ANEXO II: FICHA DE DATOS PERSONALES REPRESENTANTE LEGAL

Ficha Representante(s) Legal(es)

NOTA: Se deberá completar esta ficha tantas veces como números de representantes legales participen.

Nombres	DEYANIRA ELVIRA		
Apellido Paterno	REGLAS		
Apellido Materno	VILLAGRA		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	DUOC A.OVALLE Stgo. ; UNIVERSIDAD SANTO TOMAS Stgo.		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	☐	Privada ☒
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Docencia		
Dirección (laboral)			
País	CHILE		
Región	METROPOLITANA		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web			
Género	Masculino	☐	Femenino ☒
Etnia (A)			
Tipo (B)	Productor individual pequeño		

(A), (B): Ver notas al final de este anexo

(A) Etnia

Mapuche
Aimará
Rapa Nui o Pascuense
Atacameña
Quechua
Collas del Norte
Kawashkar o Alacalufe
Yagán
Sin clasificar

(B) Tipo

Productor individual pequeño
Productor individual mediano-grande
Técnico
Profesional
Sin clasificar

ANEXO III: FICHA DE DATOS PERSONALES COORDINADOR

Ficha Coordinador

Nombres	DEYANIRA ELVIRA		
Apellido Paterno	REGLAS		
Apellido Materno	VILLAGRA		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	DUOC A.OVALLE Stgo. ; UNIVERSIDAD SANTO TOMAS Stgo.		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	☐ Pública	☐	☒ Privada
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Docencia		
Profesión	Técnico Universitario en Turismo		
Especialidad	Hotelera, turismo bar y coctelería.		
Dirección (laboral)			
País	CHILE		
Región	METROPOLITANA		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web			
Género	☐ Masculino	☐	☒ Femenino
Etnia (A)			
Tipo (B)			

(A), (B): Ver notas al final de este anexo

(A) Etnia

Mapuche
Aimará
Rapa Nui o Pascuense
Atacameña
Quechua
Collas del Norte
Kawashkar o Alacalufe
Yagán
Sin clasificar

(B) Tipo

Productor individual pequeño
Productor individual mediano-grande
Técnico
Profesional
Sin clasificar

ANEXO IV: FICHAS EQUIPO TECNICO

Complete esta ficha para cada integrante del Equipo Técnico por línea de financiamiento.

LINEA DE FINANCIAMIENTO: PLAN DE MARKETING Y SONDEO DE MERCADO	
FICHA DE ANTECEDENTES PERSONALES	
Nombre completo	MIGUEL ANGEL VARGAS PIÑA
RUT	
Fecha de Nacimiento y lugar	
Nacionalidad	Chilena
Dirección particular (indicar comuna y región)	
Fono particular	
Celular	
E-mail	
Género (Masculino o femenino)	
Indicar si pertenece a alguna etnia (mapuche, aymará, rapa nui, atacameña, quechua, collas, alacalufe, yagán, huilliche, pehuenche)	
ACTIVIDAD PROFESIONAL Y/O COMERCIAL (ACTUAL)	
Nombre de la Institución o Empresa a la que pertenece	Laboratorios Coesam Group Chile
Rut de la Institución o Empresa	
Nombre y Rut del Representante Legal de la empresa	Valentina Avaria
Cargo que ocupa en la empresa o institución a la que pertenece	Director de Nuevos Negocios
Profesión	Licenciado en Administración, Universidad de Chile, Diplomado en Marketing Estratégico
Dirección comercial (Indicar comuna y región)	
Fono y Fax comercial	
E-mail	
Clasificación de público o privado	Privado

MIGUEL ANGEL VARGAS PIÑA

RESUMEN: BACKGROUND

Licenciado en Administración, Universidad de Chile, Diplomado en Marketing Estratégico. Posee una vasta experiencia en cargos Gerenciales en el área Comercial-Ventas y en Dirección Regional en América Latina, en empresas nacionales y multinacionales. Con experiencia profesional en Chile y en diferentes países de la región donde le correspondió vivir por más de 15 años y manejar procesos de exportación a regiones del Grupo Andino, Colombia, Venezuela, Ecuador, Uruguay, Argentina y Brasil.

Conocimientos avanzados en estrategias de Trade, Marketing, entrenamiento equipos de Ventas y programas de satisfacción hacia el consumidor, efectuando el desarrollo y lanzamiento de múltiples productos en el área de consumo masivo.

Desarrollo de programas académicos como Profesor y luego como coordinador de programas especiales en las Universidades del Desarrollo y UNIACC.

EXPERIENCIA ACADÉMICA

UNIACC.

Profesor titular de la cátedra Emprendimiento y gestión a los alumnos egresados de la carrera de Publicidad en el programa de Diplomado. **2007- 2008**

Profesor de Marketing Estratégico para alumnos de 4to año y egresados de Publicidad.

Es elegido el mejor profesor evaluado de esta carrera y lo invitan a coordinar las actividades de Programas especiales, congresos y conferencia de Marketing en la carrera de Publicidad.

Las materias de este ramo consisten básicamente en crear una mentalidad emprendedora y de casos aplicados y reales de marketing en los alumnos, con el objeto de que ellos puedan desarrollar sus propios proyectos de negocios y empresas.

Universidad del Desarrollo.

2005-2006

Profesor titular de la Cátedra de Marketing Estratégico en la carrera de publicidad, Universidad del Desarrollo. Realiza 3 cursos de la misma materia para alumnos de 3er y 4to año, con una orientación empírica del desarrollo del ramo. Es evaluado con nota 6,5 por alumnos, siendo elegido como uno de los mejores profesores de la Facultad de Comunicaciones y Publicidad.

Por razones de diferentes viajes fuera de Chile no continua el 2007 dictando el ramo en la Universidad.

Durante el primer semestre del 2009, no realiza labores de docencia.

EXPERIENCIA LABORAL

Laboratorios Coesam Group Chile

Enero 2006 a la fecha

Participa en la creación de nuevas áreas de negocios para el Laboratorio, ocupando actualmente el cargo de Director de Nuevos Negocios. Le corresponde asesorar a la Gerencia General en el desarrollo de nuevas estrategias comerciales para la apertura de ventas en nichos de mercado, como Empresas Turísticas, (Tren del Vino, Estancia El Cuadro) Hoteles y Viñas en Chile y el extranjero.
Logra un desarrollo de su área comercial, con un crecimiento del 200% en ventas en el 2008 vs el 2007.

Trabaja en el desarrollo del mercado en Argentina desde el 2007, consolidando actualmente la fabricación y distribución de productos en ese País.
Participa en la búsqueda y creación de un socio estratégico en Colombia con resultados positivos a la fecha a través de visitas realizadas a diferentes distribuidores en ese País logrando el inicio de un acuerdo comercial con un gran laboratorio Colombiano para fines del 2009.

Inicia el apoyo comercial y de distribución para el Mercado Brasileiro a través de diferentes misiones comerciales con el apoyo de Pro Chile durante el 2007 y 2008 en la búsqueda de un representante y distribuidor para el mercado Brasileiro.

Se logra conformar la empresa ECONAT Cosméticos Naturais Ltda. en Brasil y se prepara para el lanzamiento en el 2do semestre de 2009 de los productos en ese País con un estimado de en ventas para el primer año de exportaciones .

El Laboratorio Coesam es fabricante de los afamados productos de cosmética de Rosa Mosqueta y Uva terapia Econat. (www.coesam.cl) con más de 35 años en el Mercado Internacional.

PROGAL, Promociones Estratégicas.

2002 al 2005

Director Comercial Filial Brasil

Responsable de la gestión comercial y de ventas de esta empresa que posee más de 20 años en el mercado promocional y consultorías de Marketing en Chile y América Latina.

Le corresponde efectuar la venta de promociones para clientes como Lever Chile , Supermercados Líder , BDF- Nívea en Chile y otros países de América Latina, como en Brasil a clientes de empresas multinacionales como Kellogg's , Brastemp , Reckitt .-

Logra realizar la apertura de la oficina en Brasil y dejar sentadas las bases para la venta de productos promocionales en todos los clientes manejados por Progal como alianzas estratégicas con proveedores Latinoamericanos. (Colombia, México y Brasil).

Luego comienza el desarrollo de promociones para detergentes Drive con CD interactivos y una línea completa de promociones para líneas de productos cosméticos .Apoya el desarrollo de la compañía en otros países de América Latina logrando la instalación de su filial en México.

Reckitt Benckiser de Argentina. 1996 - 2001

Director Comercial y de Ventas

Dirige inicialmente la gestión de Marketing de esta multinacional de productos de limpieza y cremas depilatorias Veet. Durante el período de dos años es responsable del 100% del área de Marketing del cono sur y luego se desempeña en el cargo de Director Comercial, siendo responsable además del área de ventas en la empresa.

Tiene bajo su liderazgo la conducción de 8 Gerentes regionales de Ventas, 190 promotores y el equipo de 37 vendedores como de 19 Gerentes y asistentes en el área de Marketing.

Logra un crecimiento en las ventas en los años 97 y 98 superior al 19% para una empresa con una facturación anual superior a , con una mejoría sustancial en la organización de ventas, distribución en mayoristas y mejoría en la rentabilidad y relación comercial con los principales clientes de la compañía.

Logra desarrollar los mercados de Uruguay y Paraguay a través de distribuidoras de productos masivos; obteniendo negocios por más de en dos años, con un inicio de una base de .-

Transforma la imagen de la compañía en Argentina, obteniendo dos premios a la empresa que realizó mejores lanzamientos de productos, creación del servicio de consumidor y acercamiento hacia los clientes de la asociación de supermercados de Argentina. Se retira de la compañía por venta de la misma a la multinacional Benckiser de Holanda, la cual suprime todos los cargos de ejecutivos internacionales.

Reckitt&Colman de Colombia 1995 - 1996

Gerente Marketing y Comercial Grupo Andino

Con sede en Calí, Colombia le corresponde liderar todo el desarrollo comercial de la compañía en Venezuela, Ecuador, Colombia y Perú; maneja un objetivo de ventas de anuales en la región y a un equipo de 69 personas.

Los principales logros son el crecimiento de la compañía en niveles anuales del 20% en su facturación, la formación de equipos de ventas en cada País, el lanzamiento de nuevos productos en el mercado Andino y el crecimiento en la participación y distribución de la compañía. Participa como líder del proceso de implementación tecnológica de todo el equipo comercial de todos los países del grupo; desarrollando la información de ventas a través de Notebook y nuevos modelos de gestión y CRM con la aplicación de programas de gestión de Marketing y ventas en forma integrada en todos los países del grupo Andino.

Como premio a su gestión y por razones de crecimiento de la empresa, es transferido a Argentina en un cargo de mayor responsabilidad y desarrollo profesional.

Reckitt&Colman Brasil

Subgerente de Marketing Nacional. 1990-1995

Comienza en este País su carrera internacional en la compañía, luego de una exitosa gestión de Marketing en Chile. Desde el cargo de Subgerente de Marketing obtiene el desarrollo de la categoría de Insecticidas Rodasol-Mortein, convirtiéndola en segunda línea de productos en ventas para la empresa y en un lanzamiento a nivel Latinoamericano, aún presente hoy en día en todos los países con gran suceso comercial.-

Es nombrado representante internacional de la empresa para todos los países del mundo en la categoría de Insecticidas y productos de limpieza de calzado, (Nugget) desarrollando todas las estrategias de Marketing y Ventas que permitieron el fuerte desarrollo de estas categorías de productos en América Latina con un crecimiento de más del 100% en 4 años.

Le corresponde participar en un Diploma de marketing estratégico en Londres, Inglaterra en un período de 6 meses, como premio a la gestión realizada en América latina.

Como Gerente de Ventas de Sao Paulo, dirige a un equipo de 28 vendedores y logra la implementación de un sistema comercial, con los principales clientes de la compañía, que representaban un 45% de su facturación, obteniendo un crecimiento sucesivo en las ventas superior al 12% anual.

Realiza desde el área comercial y de Marketing el lanzamiento y manejo de innumerables Líneas de productos comerciales, incluyendo la introducción de la Cera depilatoria VEET En el mercado Brasileiro.

Reckitt&Colman Chile 1987 - 1991

Gerente de Productos- Subgerente de Marketing

Como responsable de la categoría de Insecticidas Ela-Rodasol y de Limpieza para el Calzado Nugget, logra obtener los mayores índices de crecimiento en ventas de estas categorías, aumentando la recordación de marca y una mejoría en la imagen de los mismos, de un 6to.lugar en Share, se logra la 2da .posición de participación.

Logra implementar la venta de los productos en nuevos canales a nivel nacional y realiza la gestión comercial en el mercado Boliviano, participando activamente en las negociaciones con cadenas de Supermercados y empresas mayoristas consiguiendo un aumento sustancial (+ 45%) en la facturación de la compañía para estos productos a nivel nacional.

ANTECEDENTES ACADÉMICOS

- Universidad de Chile, Facultad de Economía. 1981
Licenciado en Administración P.
- Colegio Notre Dame. 1977
Enseñanza Básica y Media.

CURSOS, SEMINARIOS Y OTROS

- * Diploma en Marketing estratégico obtenido en Londres, Inglaterra. 1996
- * Cursos de desarrollo de equipos de ventas en Brasil. 1997
- * Diversos seminarios en Argentina sobre liderazgo de equipos de ventas. 1999
- * Dominio de Inglés, Portugués, hablado y escrito y Francés hablado.
- * Uso de computadores personales y programas como Word, PowerPoint, Excel.

ANTECEDENTES PERSONALES

Referencias:

Alfonso Monardes:	Gerente General de Progal - Chile
Carlos Amin	Gerente General Coesam
Alberto Sobredo	Director Regional Lever (ex Reckitt & Colman) ICARE
Jaime Atria	Director Carrera Publicidad Uniacc
Ana María Egaña	Directora Carrera Comunicaciones Uniacc
José D`Aprile	Ex Gerente General Reckitt Brazil

En Santiago de Chile al mes de Marzo 2009.-

FICHA DE ANTECEDENTES PERSONALES	
Nombre completo	Coyett Andrea Pedrero Muñoz
RUT	
Fecha de Nacimiento y lugar	
Nacionalidad	Chilena
Dirección particular (indicar comuna y región)	
Fono particular	
Celular	
E-mail	
Género (Masculino o femenino)	Femenino
Indicar si pertenece a alguna etnia (mapuche, aymará, rapa nui, atacameña, quechua, collas, alacalufe, yagán, huilliche, pehuenche)	
ACTIVIDAD PROFESIONAL Y/O COMERCIAL (ACTUAL)	
Nombre de la Institución o Empresa a la que pertenece	SERPyme
Rut de la Institución o Empresa	
Nombre y Rut del Representante Legal de la empresa	
Cargo que ocupa en la empresa o institución a la que pertenece	Jefe de proyectos
Profesión	Ingeniero (E) Alimentos
Dirección comercial (Indicar comuna y región)	
Fono y Fax comercial	
E-mail	
Clasificación de público o privado	Privado

ANEXO V: CURRICULUM VITAE Y COTIZACIONES DE CONTRATACION DE SERVICIOS A TERCEROS.

CURRICULUM VITAE

I. ANTECEDENTES PERSONALES

NOMBRE : COYETT ANDREA PEDRERO MUÑOZ.

TÍTULO PROFESIONAL : INGENIERO (E) ALIMENTOS.

II. ANTECEDENTES EDUCACIONALES

ENSEÑANZA SUPERIOR

Marzo 2000 : OBTIENE TÍTULO PROFESIONAL DE “INGENIERO DE EJECUCIÓN EN ALIMENTOS” CON EL SEMINARIO: “CUANTIFICACIÓN, EXTRACCIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS PECTINAS DEL CRANBERRY (*Vaccinium macrocarpom*).”, UNIVERSIDAD DE LOS LAGOS, OSORNO.

III. ANTECEDENTES ACADÉMICOS

PRESENTACIONES EN CONGRESOS ACADÉMICOS

Septiembre de 1997 : PRESENTA EN EL “X SEMINARIO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE ALIMENTOS”, BUENOS AIRES, ARGENTINA EL TRABAJO: “**CUANTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS PECTINAS DEL CRANBERRY (*Vaccinium macrocarpom*).**”

Octubre de 1997 : PRESENTA EN EL “XII CONGRESO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE ALIMENTOS”, PUERTO VARAS, CHILE, EL TRABAJO: “**CUANTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS PECTINAS DEL CRANBERRY (*Vaccinium macrocarpom*).**”

IV. POSTÍTULO “**DIPLOMADO EN INOCUIDAD DE ALIMENTOS**”.
INSTITUTO DE MEDICINA PREVENTIVA VETERINARIA.
2007 UNIVERSIDAD AUSTRAL DE CHILE, VALDIVIA.

El Programa contempló tres módulos de 80 h c/u, los cuales se desarrollan en forma complementaria.

Módulo I: "Microbiología y química de alimentos y aguas".

Módulo II: "Alteración y Preservación de alimentos".

Módulo III: "Programas de Aseguramiento de Calidad y auditorias".

V. PERFECCIONAMIENTO EN FRANCIA

12 – 17 Enero de 2004 **INDUSTRIAS ALIMENTARIAS**, CENTRO DE ESTUDIO ENILIA, SURGERES, FRANCIA.
La capacitación consideró las siguientes tecnologías: Proceso de salmón ahumado, Proceso de elaboración de cecinas, Proceso de congelación de frutas y hortalizas.

19 Enero - 05 Febrero de 2004 **TECNOLOGÍA DE LOS ALIMENTOS**, CENTRO DE ESTUDIO ST-LO THERE, SAINT – LO, FRANCIA.
La capacitación consideró las siguientes tecnologías: Proceso de elaboración de queso, Proceso de elaboración de yogurt, Pasteurización, Esterilización, Ultrafiltración y Estandarización de leche.

VI. CURSOS DE PERFECCIONAMIENTO

17 Abril de 2000	:“MODIFICACIONES OFICIALES DEL REGLAMENTO SANITARIO DE ALIMENTOS”, ACITEC LTDA., OSORNO.
Sept - Dic. de 2000	: “IMPLEMENTACIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL DUAL EN LA EDUCACIÓN MEDIA TÉCNICO PROFESIONAL”, DICTADO POR LA SECRETARIA MINISTERIAL DE EDUCACIÓN, X REGION Y LA GTZ.
03 Agosto - 07 Sept. de 2002	: “PREVENCIÓN DE RIESGOS Y TRABAJO SEGURO”, INACAP, OSORNO.
Octubre de 2003	: “TÉCNICAS PEDAGÓGICAS”, TECNOLÓGICO DE LA UNIVERSIDAD DE LOS LAGOS, OSORNO.
Abril de 2005	:“EVALUACIÓN EDUCACIONAL”, UNIVERSIDAD SAN SEBASTIAN, OSORNO.
Mayo de 2005	: “ACTUALIZACIÓN EN MICROBIOLOGÍA ALIMENTARIA: TÉCNICAS EMPLEADAS EN EL LABORATORIO” ACITEC LTDA., OSORNO.
Septiembre 2007	“DESARROLLO Y APLICACIÓN DE LOS PLANES HACCP EN PLANTAS DE PROCESO ORIENTADO A PRODUCTOS AGROPECUARIOS”. AQUAGESTIÓN, FUNDACIÓN CHILE.
Mayo 2008	SEMINARIO INTERNACIONAL DE LA FIA (IMA): “OPORTUNIDADES DEL MARKETING AGROALIMENTARIO PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA”.
Octubre- Diciembre 2008	CURSO DE INGLÉS BÁSICO: “INGLÉS EN LA EMPRESA”, 60 HORAS. BRITISH AMERICAN THEACHING CENTRE. OSORNO.

VII. ANTECEDENTES LABORALES

Dic. De 1994 – Enero de 1995 : **PRE-PRÁCTICA PROFESIONAL** EN EL LABORATORIO DE MICROBIOLOGIA Y FÍSICO-QUÍMICO, LB INDUSTRIA DE ALIMENTOS S.A., TEMUCO.

Agosto de 1997 : **ANALISTA FÍSICO-QUÍMICO** EN EL LABORATORIO DE SUELOS, UNIVERSIDAD DE LOS LAGOS, OSORNO.

Sept. - Octubre de 1997 : **PRÁCTICA PROFESIONAL** EN EL LABORATORIO DE MICROBIOLOGÍA Y FÍSICO-QUÍMICO, SOPROLE S.A., OSORNO.

Julio 1999 – Junio 2000 : **ANALISTA FÍSICO-QUÍMICO** EN EL LABORATORIO DE CONTROL DE CALIDAD, SOPROLE S.A., OSORNO.

Oct. De 2000 – Enero de 2001 : **DESARROLLA LOS MÓDULOS** (PROGRAMAS) ENTREGADOS POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN EN LA ESPECIALIDAD DE “ELABORACIÓN INDUSTRIAL DE ALIMENTOS”, PARA LA FORMACIÓN DUAL EN EL LICEO RAHUE, OSORNO.

Oct. De 2000 – Enero de 2001 : **IMPLEMENTA EL LABORATORIO DE ANÁLISIS DE ALIMENTOS** EN EL LICEO RAHUE, OSORNO.

2003 a la fecha. : **DICTA CURSOS DE CAPACITACIÓN A EMPRESAS**

CURSO	EMPRESA
ELABORACIÓN DE JUGO DE FRUTAS.	➤ BAYAS DEL SUR, PURRANQUE. (2003)
HIGIENE Y MANIPULACIÓN DE LOS ALIMENTOS.	➤ CLÍNICA ALEMANA DE OSORNO. (2004) ➤ RHENANIA. OSORNO (2005) ➤ Mulpulmo. OSORNO (2007)
TÉCNICAS DE MANIPULACIÓN APLICADAS AL HACCP.	➤ LONCOLECHE. OSORNO (2008). ➤ CECINAS DOÑA MARCELINA. VIVANCO (2008). ➤ RHENANIA. OSORNO (2008).

Marzo – Julio de 2005	: DICTA CÁTEDRA: “ PROCESOS ALIMENTARIOS ” DE LA CARRERA DE NUTRICIÓN, UNIVERSIDAD SAN SEBASTIAN, OSORNO.
Agosto – Diciembre de 2005	: DICTA CÁTEDRA: “ BROMATOLOGÍA Y ANÁLISIS DE ALIMENTOS ” DE LA CARRERA DE NUTRICIÓN, UNIVERSIDAD SAN SEBASTIAN, VALDIVIA.
Abril de 2001 al presente.	: SUPERVISIONES DE PRÁCTICA DUAL Y PROFESIONAL DE LA ESPECIALIDAD: “ TÉCNICO EN ELABORACIÓN INDUSTRIAL DE ALIMENTOS ”, LICEO RAHUE, OSORNO.
Marzo de 2001 al presente.	: DICTA LAS CÁTEDRAS DE LA ESPECIALIDAD DE ELABORACIÓN INDUSTRIAL DE ALIMENTOS, LICEO RAHUE, OSORNO: TRATAMIENTOS DE CONSERVACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS, PANIFICACIÓN INDUSTRIAL, ELABORACIÓN DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS, ELABORACIÓN DE CECINAS
Marzo de 2000 al presente.	: DICTA LAS CATEDRAS DE LA CARRERA TÉCNICO EN INDUSTRIA ALIMENTARIA: “ INTRODUCCIÓN A LA INDUSTRIA ALIMENTARIA ”, “ TECNOLOGÍA GENERAL I ”, “ TECNOLOGÍA GENERAL II ”. UNIDAD TECNOLÓGICA DE LA UNIVERSIDAD DE LOS LAGOS.
8 Septiembre de 2006	: PARTICIPA COMO RELATOR EN EL SEMINARIO DE TECNOLOGÍA DE ALIMENTOS , ORGANIZADO POR INACAP, SEDE OSORNO. TEMA: “ <i>IMPORTANCIA DEL LABORATORIO MICROBIOLÓGICO EN EL CONTROL DE LA INOCUIDAD ALIMENTARIA</i> ”
2006 -2008	:IMPLEMENTA SISTEMAS DE ASEGURAMIENTO DE CALIDAD (HACCP) , EN CECINAS DOÑA MARCELINA, AGUAS SODA AMANCAY Y RHENANIA.
2007	: CONSULTOR DE PROYECTO “ INNOVACIÓN EN MARKETING AGROALIMENTARIO ” DE LA FIA. DESARROLLA Y PRESENTA EL PROYECTO DE DOS EMPRESAS: CECINAS DOÑA MARCELINA, DE VIVANCO , CON UNA ADJUDICIÓN DE Y CAMPOS DE LA UNIÓN , CON UNA ADJUDICACIÓN DE
2007	: REALIZA LA FORMULACIÓN DEL PROYECTO IMA DE CECINAS DOÑA MARCELINA.

2008

: PARTICIPA EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO IMA DE CECINAS DOÑA MARCELINA. CUMPLIENDO CON LAS SIGUIENTES FUNCIONES:

- Supervisar el cumplimiento de las metodologías planificadas.
- Planificar el evento de lanzamiento.
- Relator del evento, en conjunto con el diseñador Leonardo Alvarado.
- Rendición en línea del proyecto.
- Llevar un estricto control de los gastos, respaldado con facturas de compra, boleta de compra y/o boleta honorario según corresponda.
- Realizar el **INFORME DE AVANCE TÉCNICO 2**.
- Actualización carta Gantt.
- Supervisar el proceso de envasado al vacío.
- Poner en marcha el sistema de amarre de tripas.
- Describir la información que deben llevar impresos las tripas artificiales y envases al vacío.
- Realizar el **INFORME DE AVANCE TÉCNICO FINAL**.

2008

: POSTULA AL REGISTRO DE CONSULTORES DEL INN. QUEDANDO REGISTRADA COMO CONSULTOR DEL INN EN HACCP. www.inn.cl

2009

: EN PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE HACCP EN CECINAS LA SUREÑA Y APPICOP LTDA.

VIII. REFERENCIAS

- SR. FERNÁNDO ANGULO, COORDINADOR DUAL LICEO RAHUE.
- SR. ROBERTO JARAMILLO ALVARADO, DIRECTOR UNIDADES TECNOLÓGICAS, UNIVERSIDAD DE LOS LAGOS.
- SRA. LAURA TOLEDO, DIRETORA DE LA CARRERA DE NUTRICIÓN, UNIVERSIDAD SAN SEBASTIAN.
- SRA. YESIKA ARAVENA OJEDA, JEFE DE PLANTA, SODA AMANCAY.
- SRA. PEDRO GRÉZ ALAMPARTE, GERENTE GENERAL, CAMPOS DE LA UNIÓN.
- SRA. CAROL ÁLVAREZ F, GERENTE DE PLANTA, CECINAS DOÑA MARCELINA, VIVANCO.
- SRA. NATALIA DÍAZ, SUPERVISOR DE PROYECTO IMA, FIA.

Andrea Pedrero Muñoz
INGENIERO (E) ALIMENTOS
DIPLOMADO EN INOCUIDAD DE ALIMENTOS
CONSULTOR REGISTRADO INN EN HACCP

LINEA DE FINANCIAMIENTO: PLAN DE DISEÑO	
FICHA DE ANTECEDENTES PERSONALES	
Nombre completo	EDGAR BRANDAU
RUT	
Fecha de Nacimiento y lugar	
Nacionalidad	Chilena
Dirección particular (indicar comuna y región)	
Fono particular	
Celular	
E-mail	
Género (Masculino o femenino)	
Indicar si pertenece a alguna etnia (mapuche, aymará, rapa nui, atacameña, quechua, collas, alacalufe, yagán, huilliche, pehuenche)	
ACTIVIDAD PROFESIONAL Y/O COMERCIAL (ACTUAL)	
Nombre de la Institución o Empresa a la que pertenece	Profesional independiente: DEKUS-OUTSOURCING.COM
Rut de la Institución o Empresa	
Nombre y Rut del Representante Legal de la empresa	Edgar Brandau
Cargo que ocupa en la empresa o institución a la que pertenece	Socio principal
Profesión	diseñador
Dirección comercial (Indicar comuna y región)	
Fono y Fax comercial	
E-mail	
Clasificación de público o privado	Privado